Les Echos

165 ans d'odyssée Cartier en 3 minutes 30

Deux ans de travail ont été nécessaires pour réaliser ce film au budget de 4 millions d'euros. Cartier consacrera 5 à 10% de son budget mondial d'achat d'espace aux différentes versions de ce film.

C'est une première pour le « roi des joailliers », qui fête cette année son 165e anniversaire : un spot publicitaire grand format (3 minutes 30 secondes) diffusé après le JT de dimanche soir sur TF1 et lundi sur Canal Plus après « Le Petit journal » de Yann Barthès. Le spot, ainsi que son « making of » et une version raccourcie de 45 secondes, seront visibles au cinéma et sur Internet, le tout dans 29 pays.

Cette campagne institutionnelle ne vise pas à « recruter de nouveaux clients, mais à faire partager à tous un moment de rêve d'autant plus nécessaire que l'époque est difficile » observe Bernard Fornas le PDG de filiale du groupe Richemont.